

Technická univerzita v Liberci

FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ - HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor (kombinace): Management sportovní

INFORMAČNÍ SYSTÉM KATEDRY TĚLESNÉ VÝCHOVY V LIBERCI.

THE INFORMATION SYSTEM OF THE DEPARTMENT OF PHYSICAL EDUCATION IN LIBEREC.

Bakalářská práce: 10-FP-KTV- 339

Autor:

Milan HALÍŘ

Podpis:

Adresa:

Jana Weisse 1205

514 01, Jilemnice

Vedoucí práce: Mgr. Pochobradská Klára

Počet

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
66	6	3	8	15	8

V Liberci dne:

Zde bude vložen originál zadání BP

Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 23. 4. 2010.

Milan Halíř

Poděkování

Na tomto místě bych velice rád poděkoval Mgr. Kláře Pochobradské za její cenné připomínky, odborné rady a v neposlední řadě za její ochotu při spolupráci na této bakalářské práci. Dále bych rád poděkoval vyučujícím a studentům, kteří mi pomohli s distribucí a vyplněním anketních listků.

Informační systém Katedry tělesné výchovy v Liberci.

Anotace

Předmětem bakalářské práce „Informační systém Katedry tělesné výchovy v Liberci“ byla analýza informačních prostředků, které katedra využívá při komunikaci se studenty Technické univerzity v Liberci. První část práce je vypracována za pomoci dostupné literatury. Obsahuje obecné informace o Katedře tělesné výchovy, komunikaci a marketingu ve škole. Druhá část práce je věnována vlastnímu průzkumu autora a výzkumnému anketnímu šetření s cílem zjistit pohled studentů na danou problematiku. Výsledek práce poukázal na převažující spokojenost studentů s informačním systémem Katedry tělesné výchovy v Liberci. I přesto chci touto prací dosáhnout zjednodušení komunikace a následného zlepšení informovanosti studentů Technické univerzity v Liberci o nabídce různorodých sportovních aktivit, které jim Katedra tělesné výchovy nabízí i za pomoci Akademického sportovního centra.

Klíčová slova:

informace, informační prostředky, komunikace, KTV, sport.

The information system of the Department of physical education in Liberec.

Abstract

The main aim of my bachelor theses called „The information system of the Department of physical education in Liberec“ was to analyze different information media that are used for better communication between Technical university and its students. The first part has been worked out with support of available literature. There you can find general information about Sport department, communication and school marketing. Second part is devoted to my own research and investigation such as students questionnaires. The goal of this investigation was to find out students opinion to this problem. The results of the investigation show that students in general have more positive opinion to the information system of the Sport department. Nevertheless the

main purpose of my work was to create the concept of communication between Sport department and students as well as to improve of students' knowledge of the choice of sports activities which are offered by sport department and academic sport centre.

Keywords:

information, information media, communication, KTV, sport.

Informationssystem des Lehrstuhls für Sport in Liberec.

Annotation

Das Thema der Bakkalaurarbeit „Informationssystem des Lehrstuhls für Sport in Liberec“ ist die Analyse der Informationsmittel, die vom Lehrstuhl für Sport für die Kommunikation mit den Studenten der Technischen Universität in Liberec benutzt werden. Der erste Teil der Arbeit beruht auf verfügbaren Literaturquellen und beinhaltet allgemeine Informationen über dem Lehrstuhl für Sport, der Kommunikation und dem Marketing in der Schule. Der zweite Teil bringt die vom Autor ausgearbeitete Analyse und eine auf Feststellung der Meinungen thematisch orientierte Umfrage unter den Studenten. Das Ergebnis der Studie weist darauf hin, dass überwiegende Anzahl der Studenten mit dem Informationssystem des Lehrstuhls für Sport in Liberec zufrieden ist. Trotzdem möchte ich Anhand dieser Arbeit eine Vereinfachung der Kommunikation und folgende Verbesserung der Informiertheit der Studenten der Technischen Universität in Liberec über zahlreiche Angebote an Sportaktivitäten erreichen, die vom Lehrstuhl für Sport in Zusammenarbeit mit dem Akademischen Sportzentrum angeboten werden.

Schlüsselwörter:

Information, Informationsmittel, Kommunikation, Lehrstuhl für Sport, Sport.

Obsah

ÚVOD	10
1 CÍLE PRÁCE	11
2 KATEDRA TĚLESNÉ VÝCHOVY	12
2.1 Současný stav KTV	12
2.2 Akademické sportovní centrum	13
2.3 Rozsah výuky KTV	13
2.4 Prostory využívané KTV k výuce a sportovnímu využití	15
2.4.1 Budova KTV	15
2.4.2 Sportovní areál Harcov	16
2.4.3 Prostory mimo areál Harcov	17
3 INFORMACE, KOMUNIKACE, MASMÉDIA	18
3.1 Informace	18
3.2 Komunikace	19
3.2.1 Cíle, typy a účinnost komunikace	19
3.2.2 Model komunikačního procesu	21
3.2.3 Model komunikační pyramidy	23
3.3 Masmédia	23
4 MARKETING A KOMUNIKACE ŠKOLY.....	25
4.1 Marketing školy	26
4.1.1 Marketingový mix školy	26
4.1.2 Typy školního marketingu	27
4.2 Marketingová komunikace	28
4.2.1 Reklama	29
4.2.2 Propagace	31
4.2.3 Podpora prodeje.....	31
5 INFORMAČNÍ PROSTŘEDKY KTV FP TUL.....	32
5.1 Internetové stránky KTV, ASC a Sportovní laboratoře	32
5.2 Televizní obrazovky	33
5.3 Elektronická informační tabule.....	34
5.4 Nástěnky na KTV	34
5.5 Informační plakáty	35

5.6	Sportovní dny.....	35
5.7	Orientační značení sportovišť	36
6	ANKETNÍ ŠETŘENÍ	37
6.1	Segment podrobený výzkumu	37
6.2	Distribuce a sběr anketních lístků	37
6.3	Vyhodnocení anketního šetření	38
6.3.1	Vyhodnocení osobních údajů	38
6.3.2	Vyhodnocení konkrétních otázek	39
7	NÁVRHY PRO ZLEPŠENÍ INFORMAČNÍHO SYSTÉMU KTV FP TUL..	48
7.1	Zasílání uvítacích e-mailů	48
7.2	Facebook „KTV FP TUL“	50
8	ZÁVĚR.....	52
9	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	54
10	SEZNAM PŘÍLOH	56

Seznam použitých zkratk a symbolů

ASC	Akademické sportovní centrum
FP	Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
IS	Informační systém
KTV	Katedra tělesné výchovy
TUL	Technická univerzita v Liberci
TV	Tělesná výchova

ÚVOD

Sport se v dnešní uspěchané době plné pracovních a studijních povinností stal neodmyslitelnou součástí běžného života velké části lidské populace. Je to dáno neustále se zlepšující nabídkou sportovních aktivit dostupných v našem okolí, které nám umožňují se alespoň na chvíli oprostit od starostí běžného stereotypního života. To se samozřejmě týká i studentů vysokých škol, z velké části bydlících na univerzitních kolejích, kteří mají možnost aktivně vyplnit svůj volný čas zdravým pohybem při sportovní činnosti. Zde se vyskytuje problém v informovanosti studentů o možnostech, které jejich univerzita v oblasti sportu nabízí a o aktivitách, které mohou využívat.

Informovanost studentů, pomocí různých informačních systémů jako jsou weby, nástěnky, plakáty, informační tabule a další, je velice důležitou a nedílnou součástí pro studium na vysoké škole, tedy i na Technické univerzitě v Liberci (dále jen TUL). S tím souvisí fakt, že jak stávající studenti, tak studenti potencionální, by měli dostávat důležité a aktuální informace o dění na univerzitě, o možnostech využití potenciálu univerzity, ale také o sportovních aktivitách, které tu jsou právě pro nás studenty.

O sportovní nabídku na TUL se stará Katedra tělesné výchovy (dále jen KTV), pod kterou spadá můj studijní obor. Právě proto, že toto prostředí je mi velice blízké, jsem si vybral dané téma pro vypracování bakalářské práce.

V první části bakalářské práce „Informační systém Katedry tělesné výchovy v Liberci“ se budu zabírat již známými fakty o KTV FP TUL, její historií, studijními programy a sportovní nabídkou. V dalších kapitolách popíši zásady komunikování a podávání informací. Dále stručně charakterizuji marketing jako celek a také marketing školy. Část praktická bude věnována vlastnímu výzkumu autora a analýze informačního systému KTV.

Na základě domněnky týkající se nedostatečné informovanosti studentů o činnosti KTV bych chtěl navrhnout opatření k jejímu zlepšení.

1 CÍLE PRÁCE

Hlavní cíl:

Hlavním cílem bakalářské práce je zjištění současného stavu informačního systému (IS) Katedry tělesné výchovy na Technické univerzitě v Liberci a na základě získaných informací navrhnout doporučení na jeho zlepšení.

Dílčí úkoly:

- 1) Vytvoření ankety určené pro studenty navštěvující Katedru tělesné výchovy na Technické univerzitě v Liberci a její následné vyhodnocení.
- 2) Shrnutím vlastních nápadů a z připomínek respondentů vyvodit závěr k danému tématu.

2 KATEDRA TĚLESNÉ VÝCHOVY

Katedra tělesné výchovy byla zřízena v Liberci současně se založením Vysoké školy strojní v roce 1953. K fakultě strojní přibyla později i fakulta textilní. Právě pro studenty těchto dvou fakult, strojní a textilní, zajišťovala KTV povinnou tělesnou výchovu a sportovní kurzy až do roku 1990. Po tomto roce začaly postupně přibývat další fakulty: mechatroniky, umění a architektury, hospodářská a také fakulta pedagogická. Tímto krokem, se později původně Vysoká škola strojní a textilní transformovala na Technickou univerzitu v Liberci a KTV se stala katedrou oborovou právě fakulty pedagogické, dnes fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické (FP) (KTV FP TUL, 2009a.).

2.1 Současný stav KTV

V dnešní době neopomíná KTV FP TUL svou činností ani ostatní studenty nespecializované na tělesnou výchovu a sport, pro něž i nadále zajišťuje výuku všeobecné tělesné výchovy a zprostředkovává nabídku sportovních kurzů. Týká se to nejen studentů FP, ale i ostatních studentů studujících na jiných fakultách TUL.

S rozvojem KTV roste samozřejmě i počet vyučujících a odborníků na tělesnou výchovu a sport. V současné době je na katedře zaměstnáno 20 pedagogů, z nichž jsou 2 docenti a 1 odborný asistent s vědeckou hodností. Dalším zaměstnancem KTV je osobní asistentka vedoucího katedry a správce stadionu.

V současné době zajišťuje KTV FP TUL tělovýchovnou semestrální i víkendovou výuku a sportovní kurzy zhruba pro 1500 studentů TUL (KTV FP TUL, 2009b.).

2.2 Akademické sportovní centrum

Akademické sportovní centrum (dále jen ASC) funguje pod KTV FP TUL od zimního semestru akademického roku 2006/2007. Pro studenty, ale i ostatní návštěvníky univerzitních sportovních zařízení, nabízí sportovní vyžití nad rámec výuky Technické univerzity v Liberci. V nabídce ASC jsou návštěvníkům poskytovány nejrůznější sportovní aktivity pravidelnou formou nebo jednorázově v podobě turnajů a víkendových kurzů, a to jak pod vedením odborných instruktorů, tak bez nich. ASC nabízí studentům i regeneraci v sauně či plaveckém bazénu, který se nachází mimo areál KTV.

Na výběr je ze široké nabídky více jak dvaceti různých sportovních aktivit. Stačí si jen vybrat, co chce dotyčný vyzkoušet a přihlásit se na lekci. Náklady na tyto sportovní programy a kurzy z části dotuje TUL prostřednictvím svých fakult, čímž zlepšuje finanční dostupnost. Jediným limitujícím faktorem je omezená kapacita na jednotlivých aktivitách (ASC TUL, 2009).

2.3 Rozsah výuky KTV

KTV FP TUL zajišťuje odbornou teoretickou i praktickou výuku pro studenty následujících studijních programů a oborů Fakulty pedagogické TUL:

- Učitelství pro základní školy - Učitelství pro 1. stupeň základní školy.

Magisterské studium, doba studia 5 let prezenční či kombinovanou formou. Je určeno pro přípravu učitelů prvního stupně základní školy.

- Učitelství pro základní školy - Učitelství pro 2. stupeň základní školy.

Prezenční forma studia, 2 roky dobíhajícího magisterského studia v oboru tělesná výchova.

- Tělesná výchova a sport – Tělesná výchova se zaměřením na vzdělávání.

Prezenční forma bakalářského studia po dobu 3 let s možností dvouletého navazujícího magisterského studia.

- Ekonomika a management - Management sportovní.

Prezenční bakalářské studium se specializací na rekreační sport. Spolupráce s Ekonomickou fakultou TUL, která zajišťuje výuku předmětů ekonomických, právních a jazykových. Studenti mají možnost pokračovat v inženýrském studiu právě na Ekonomické fakultě.

- Vychovatelství - Pedagogika volného času.

Prezenční nebo kombinovaná forma bakalářského studia (FP TUL, 2009).

Studenti studující tyto obory, mají mezi povinnými předměty ještě předměty povinně volitelné a mohou si také, pro dosažení stanoveného počtu kreditů, zapisovat i předměty volitelné.

KTV zajišťuje také výuku tělesné výchovy pro studenty ostatních fakult TUL. Studenti mají v rámci neoborové povinné tělesné výchovy na výběr z různých sportovních činností jak kolektivních jako je volejbal, basketbal, fotbal, florbal, raketové sporty jako badminton, tenis, stolní tenis a squash, tak individuálních jako je plavání, kondiční posilování, spinning, horolezectví, aerobik, orientální tance, powerjóga a další.

Mimo semestrální povinné tělesné výchovy mají studenti těchto fakult také možnost přihlásit se na letní či zimní kurzy pořádané KTV v Čechách i zahraničí (KTV FP TUL, 2009b.).

2.4 Prostory využívané KTV k výuce a sportovnímu využití

Sídlo KTV FP TUL se nachází společně s většinou sportovních ploch v těsné blízkosti vysokoškolských harcovských kolejí. Díky tomu je studentům bydlicím na kolejích sportovní areál TUL neustále k dispozici.

2.4.1 Budova KTV

V budově KTV se nacházejí kanceláře pedagogů, učebna a video-učebna, ale také následující sportovní a relaxační prostory se šatnami pro návštěvníky.

- **Horní tělocvična (T1)**

Nachází se v horní části budovy KTV. Povrch je složen z dřevěných parket. Tato hala se využívá převážně pro cvičení a výuku gymnastiky, nachází se zde gymnastický pás a další pomůcky. Dále slouží nejen k výuce basketbalu, ale také jako zázemí pro Harcovskou basketbalovou ligu. Plochu lze využít jako hřiště volejbalové a badmintonové.

- **Dolní tělocvična (T2)**

Největší zastřešená sportovní plocha KTV. Plocha je pokryta moderním gumovým povrchem. Dolní hala se využívá převážně pro kolektivní sporty jako jsou futsal, volejbal, florbal. Hraje se zde studentská Harcovská florbalová liga, k dispozici jsou tudíž i florbalové mantinely. Prvoligové volejbalistky VK TU Liberec zde hrají svoje domácí zápasy. Součástí dolní haly je i hlediště pro diváky. Dále se zde pro milovníky adrenalinových sportů nachází horolezecká stěna a na své si přijdou také příznivci úpolových sportů.

- **Zrcadlový sál (T3)**

Nachází se v dolní části budovy. Jedna stěna sálu je pokryta zrcadly, druhá žebřinami. Tento cvičební sál se využívá ke cvičení aerobiku, jógy, ke zdravotním cvičením na gymballech a v neposlední řadě k indoor cyclingu. Některé z těchto aktivit budou pravděpodobně v blízké době přesunuty o patro výše, kde je v současnosti ve výstavbě nová malá cvičebna Body & Mind.

- Posilovna (T4)

Nachází se vedle zrcadlového sálu. K dispozici jsou standardní posilovací stroje, stroje k aerobní části, televize. V posledních letech zde funguje malý bar s doplňky výživy pro návštěvníky posilovny.

- Herna pro stolní tenis

Místnost se třemi herními stoly, sloužící k výuce stolního tenisu.

- Sauna

Pro účel regenerace po návštěvě některého ze sportovišť slouží v budově KTV sauna. Součástí je bazének se studenou vodou, sprchy, odpočívárna s lavicemi, možnost zakoupení občerstvení a za malý poplatek zapůjčení prostěradla. V prostorách sauny je možnost podstoupení masérského kurzu a získání certifikátu Sportovního maséra.

- Body & Mind

V současné době je tento sál ve výstavbě. Údajně bude sloužit ke zdravotnímu cvičení bossu a pilates.

2.4.2 Sportovní areál Harcov

Ve vzdálenosti přibližně 300m od kolejí se rozprostírá stadion Harcov, jakožto další sportoviště TUL. Součástí stadionu je budova s Laboratoří sportovní motoriky KTV FP TUL, která slouží jako výzkumné a diagnostické pracoviště pro oblast pohybových a sportovních aktivit dětské a dospělé populace. Katedra disponuje v budově dvěma multimedialními učebnami. Nacházejí se zde také šatny a sprchy pro sportovce.

- Fotbalové hřiště

Hřiště s umělým povrchem 3. generace a osvětlením k nočnímu využití. Tato plocha je využívána k výuce, využívá ji také FC Slovan Liberec a v pozdních hodinách jsou zde odehrávány zápasy Harcovské fotbalové ligy.

- Hřiště na plážový volejbal

Nachází se vedle tenisových kurtů. V letních dnech si studenti mohou na bílém písku zahrát beach volejbal.

- Tenisové kurty

V areálu Harcov jsou 3 tenisové kurty s tvrdým umělým povrchem. V letním období se hraje tenis pod širým nebem a na zimu jsou tyto kurty skryté v útrobách nafukovací haly. Nedaleko odsud se nacházejí ještě 3 antukové kurty.

- Lanové centrum

Je postaveno ve sportovním areálu mezi stromy v maximální výšce 8m. Určeno je pro širokou veřejnost. Součástí je lanovka.

2.4.3 Prostory mimo areál Harcov

- Městský stadion Liberec a Atletická hala Jablonec nad Nisou

Oba prostory jsou využívány k praktické části výuky atletiky. Atletická hala v Jablonci nad Nisou se využívá za špatného počasí v zimním období.

- Městský bazén Liberec

Padesát metrů dlouhý bazén s osmi závodními dráhami se využívá při výuce plaveckých disciplín.

3 INFORMACE, KOMUNIKACE, MASMÉDIA

Přenos jakýchkoliv zpráv, nebo-li informací, se děje pomocí komunikování mezi jednotlivými složkami tzv. komunikačního procesu. S rozvojem doby se vyvíjely i prostředky, pomocí nichž se komunikace, tedy předávání informací, může odehrávat. V dnešní době je právě díky moderním komunikačním technologiím svět informacemi přehlcen a tak se může stát, že přemíra těchto různých informací paradoxně zapříčiní problém dostat se právě k té potřebné konkrétní informaci.

3.1 Informace

Pojem *informace* vychází z latinského slova *in-formatio*, což znamená utváření. Má více významů. Informace je například vědění, které lze podávat jako obsah zprávy či komunikačního sdělení. Na druhou stranu lze pojem informace chápat také jako místo, kde se lze o něčem informovat.

Povahu informace dobře vystihuje definice amerického antropologa Gregory Batesona, podle něhož informace znamená „*takový rozdíl, na němž záleží*“ (Wikipedie, 2010b.).

Aby byla předávaná informace úspěšně zpracována druhou stranou, příjemcem informace, musí plnit základní požadavky formulace ze strany informátora, tedy člověka, který informaci sděluje.

Informace by měla být efektivní. Toho lze dosáhnout pomocí těchto základních požadavků na informaci:

- aktuálnost;
- věcnost;
- objektivnost;
- stručnost, výstižnost;
- přesnost, spolehlivost, pravdivost;
- úplnost (Wikipedie, 2010a.).

3.2 Komunikace

Výraz komunikace je odvozen z latinského výrazu *communis* (společný) a z latinského *communicare* (sdílet). Komunikace mezi dvěma či více účastníky bude tedy tím efektivnější, čím více budou mít účastníci komunikačního procesu společného (Čáslavová, 1997).

Komunikace je proces, při němž si v přímém i nepřímém sociálním kontaktu sdělujeme informace. Představuje veškeré spojení člověka se světem, umožňuje získávat informace o dění, vzájemně se dorozumívat a vyměňovat emoční obsah.

Nejčastějším typem dorozumívání člověka je mluvená řeč, která se vyvíjela v průběhu vývoje člověka a stala se základem lidské kultury (Kraus, 2008).

3.2.1 Cíle, typy a účinnost komunikace

K úspěšné komunikaci je zapotřebí stanovit si cíle, splnit důležité faktory a využívat barvitý způsob komunikování.

Druhy komunikace:

- verbální – jednání dvou či více účastníků procesu formou mluvy a písma;
- nonverbální (řeč těla) – zahrnuje gesta, mimiku, sílu hlasu, tón a rychlost mluvy, ale i např. oblečení;
- přímá a nepřímá – tváří v tvář nebo prostřednictvím telefonu apod.;
- dyadická (dvojice), skupinová, hromadná (masová).

Cíle komunikace:

- vyjádření pocitů;
- sdělení informací;
- předání vědomostí.

Faktory účinné komunikace:

- včasnost;
- závaznost;
- pozitivnost;
- přitažlivost;
- zajištění zpětné vazby.

Joseph Pulitzer, průkopník Amerických novin, publikoval svůj pohled na komunikaci takto:

„Předlož jim to

***krátce** tak, aby to četli*

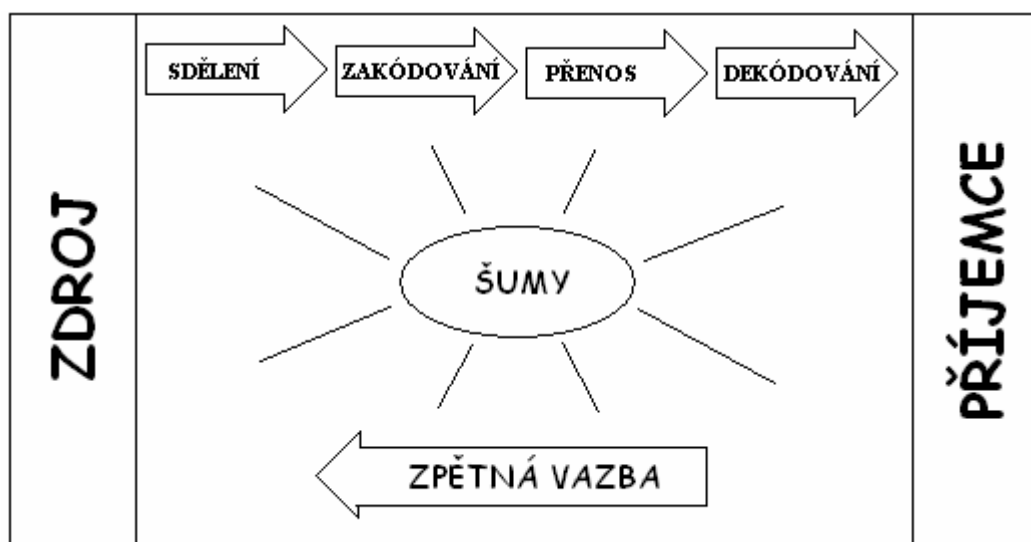
***jasně** tak, aby to ocenili*

***barvitě** tak, aby si to zapamatovali a především*

***přesně** tak, aby se tím mohli řídit“ (Black, 1994, s. 46).*

3.2.2 Model komunikačního procesu

Komunikace mezi lidmi probíhá podle následujícího modelu:



Obr. 1. Základní model komunikačního procesu

Zdroj: Světlík (1996, s. 300)

Zdroj – jednatel nebo organizace (škola). Vytváří sdělení s určitým obsahem. Aby byla komunikace efektivní, musí být zdroj pro příjemce přijatelný a dostatečně atraktivní. Účinnost tohoto sdělení je tím vyšší, čím lepší je vztah zdroje i příjemce k obsahu sdělení.

Sdělení – určité informace, které chce zdroj sdělit příjemci. Obsah sdělení by měl být pečlivě sestaven tak, aby ho příjemce bez problému zpracoval.

Zakódování – proces převodu informace do formy přitažlivé a srozumitelné pro příjemce sdělení. Formulování myšlenky pomocí slov, znaků, gest, fotografií.

Přenos – převod sdělení od zdroje informace k posluchači.

Dekódování – příjemce zachytí sdělení, dekoduje ho a interpretuje zpravidla určitou akcí.

Šumy – rušivé vlivy, které mohou komunikaci komplikovat a následně způsobit nedorozumění.

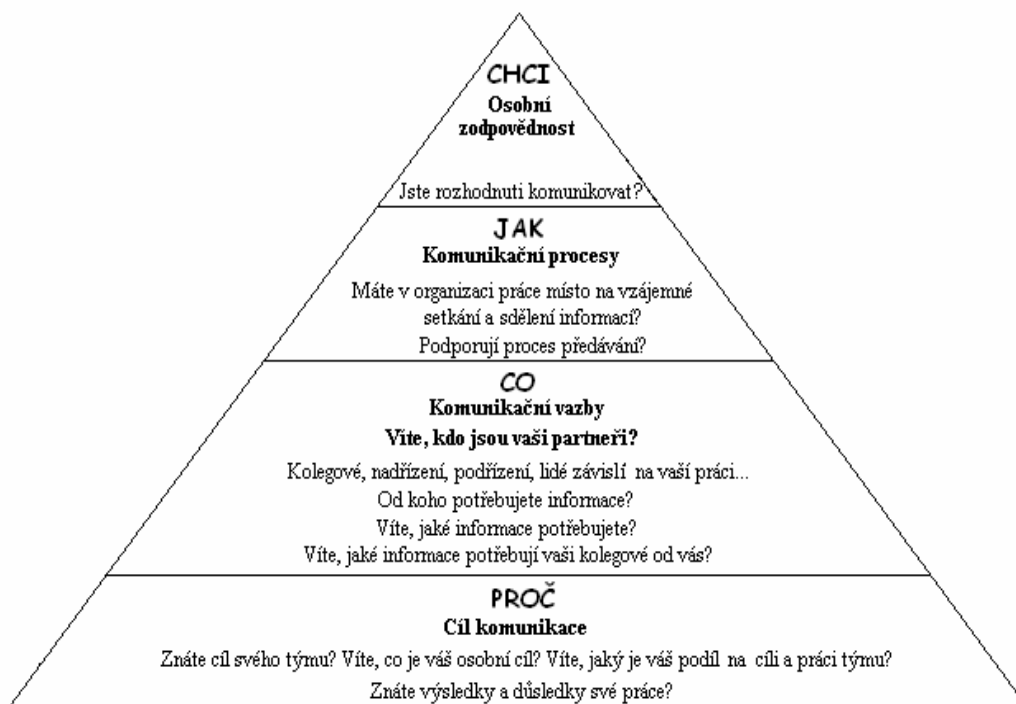
Zpětná vazba – důležitý podnět pro komunikátora, že komunikant převzal sdělení a nějakým způsobem ho interpretoval (Světlik, 1996).

Z předchozího textu je patrné, že je potřeba dbát na správnost a kvalitu komunikace. Komunikace by měla napomáhat k vytvoření potřebného partnerského vztahu mezi členy komunikačního procesu, vzájemné důvěře, toleranci, empatii a spolupráci.

3.2.3 Model komunikační pyramidy

V toku informací, komunikačním kanálu, se často objevují určité bariéry. Ze strany komunikátora je to např. špatná formulace a výslovnost, ale také neznalost posluchačů. Na straně posluchače je to nepozornost, nedůvěra apod.

Pyramida komunikace klade v jednotlivých patrech otázky, pomocí nichž můžeme odstraňovat tyto bariéry uvnitř skupiny.



Obr. 2. Pyramida komunikace

Zdroj: Zahrádková (2005, s. 49)

3.3 Masmédia

O masové komunikaci hovoříme tehdy, jestliže sdělovací prostředky zasahují široké vrstvy lidí, tzn. celou komunikační společnost. Sdělovací prostředky, které využíváme k této hromadné komunikaci, označujeme jako masmédia. Komunikátorem v tomto případě není jedinec, ale specializovaná organizace. Obsah sdělení v masmédiích představuje širokou škálu informací různých zaměření.

Dnes, podle Krause (2008), rozdělujeme masmédia převážně na čtyři druhy:

- Vizuální média

Mezi hlavní přednosti patří soukromé přijetí sdělené informace bez časového omezení. Tyto informace je možné uchovávat a vracet se k nim později. Nevýhodou je poměrná zdlouhavost přenosu informací.

- Auditivní média

Šíření informace pomocí zvuku. Výhodou je rychlé předávání informací pomocí mluveného slova. Nejčastěji se využívají rozhlas.

- Audiovizuální média

Spojuje obraz a zvuk do jednoho média, např. televizní vysílání. Tím samozřejmě násobí účinnost sdělení a stává se tak jedním z nejoblíbenějších médií.

- Internet

V současnosti je nejvíce využívaným masmédiem. Je to dáno šířkou nabídky a možnostmi jeho využití. Právě prostřednictvím internetu se daří prosadit donedávna neznámou formu výuky tzv. „učení po drátě“, cizím slovem elearning. Mezi hlavní výhody patří takřka neomezené vzdělávací a informační možnosti a fakt, že umožňuje komunikaci v jakémkoliv čase a z jakéhokoliv místa na Zemi.

V dnešní době se masmédia jeví jako velmi důležitý a nepostradatelný prostředek vzdělávání a výchovy jedince. Využívají se i ve školním prostředí, ať k reklamním potřebám školy či jako forma výuky.

4 MARKETING A KOMUNIKACE ŠKOLY

Marketing ovlivňuje životy každého z nás. Pomocí marketingu se rozvíjí a zprostředkovává blahobyt lidí. Mnozí lidé neprávem zaměňují marketing s prodejem, neboť marketing se objevuje jak před prodejem, tak po něm.

Marketing vychází ze skutečnosti, že lidé jsou individuality s různými potřebami a požadavky. Tyto potřeby jsou nedostatkem něčeho, vytvářejí stav nepohodlí a tento stav se řeší získáváním výrobků či služeb, které tyto potřeby uspokojí (Dědková a Honzáková, 2005).

P. Kotler definoval marketing takto:

„Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.“ (Dědková a Honzáková, 2005, s. 11)

Marketing byl už definovaný mnohokrát, různými autory. Jejich definice mají však vždy společný prvek, uspokojení potřeb zákazníků. Je tedy důležité vědět, že spokojený zákazník:

- Kupuje znovu.
- Hovoří s ostatními příznivě o firmě.
- Věnuje méně pozornosti konkurenci.
- Kupuje si od stejné firmy i jiné výrobky (Dědková a Honzáková, 2005).

Může se zdát, že toto hledisko je v zájmu především obchodních společností, které nabízejí zákazníkům nějaké výrobky, ale ve skutečnosti ho využívají všechny organizace, které vědí, jaké zákazníky obsluhují.

4.1 Marketing školy

„Marketing školy je proces řízení, jehož výsledkem je poznání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníků školy efektivním způsobem zajišťujícím zároveň splnění cílů školy.“ (Světlík, 1996, s. 16)

Školy se stejně tak jako jiné firmy setkávají s řadou problémů, které přicházejí jak z vnějšího prostředí, které školu obklopuje, tak z vnitřního prostředí. Těmto vlivům musí být věnována pozornost, neboť více či méně ovlivňují úspěšnost školy. V důsledku toho stále více škol využívá ke své činnosti na trhu konkurence strategického marketingu. Strategický přístup se projevuje v definování poslání školy, stanovení cílů, volbě strategie k dosažení těchto cílů a v neposlední řadě strategickým plánováním.

4.1.1 Marketingový mix školy

Úspěšného dosažení cíle školy lze dosáhnout např. využitím určitého marketingového nástroje. Takovým nástrojem může být marketingový mix, který se skládá z prvků, jenž mohou ovlivnit poptávku po nabídce školy. Marketingový mix je sestaven ze čtyř základních prvků, tzv. „4P“:

Product – produkt;

Place – distribuce a místo;

Price – cena;

Promotion – marketingová komunikace.

K těmto „4P“ lze v prostředí školy přidat ještě další prvky marketingového mixu:

Personalities – osobnosti;

Process Pedagogical Approaches – pedagogické přístupy;

Participation Activating – participace;

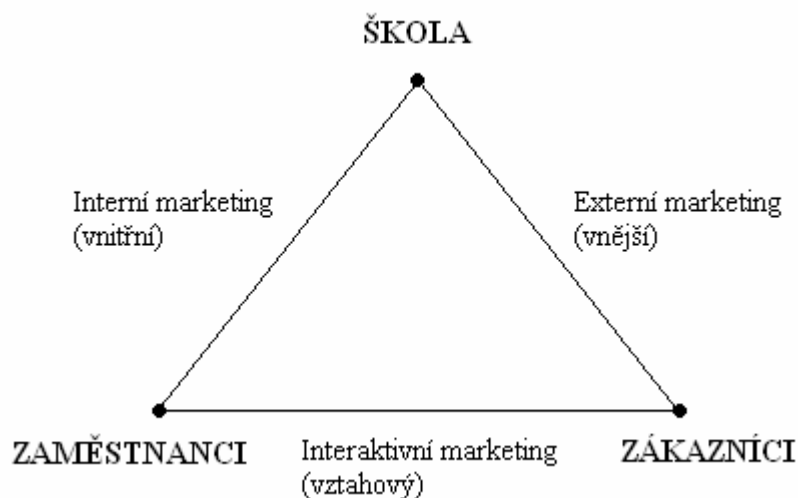
Political Power – politická moc;

Public Opinion Formation – veřejné mínění (Jakubíková, 2000).

Marketingový mix je základ úspěšné marketingové komunikace se zákazníkem, v prostředí školy tedy se studentem nebo potenciálním studentem.

4.1.2 Typy školního marketingu

Tradiční školní koncepce, která se zaměřovala převážně na potřeby školy a nikoliv na potřeby zákazníků (studentů), je dnes už překonána. Tuto koncepci nahradil strategický marketing, o kterém jsme se již zmínili. Ve školním marketingu se uplatňují i další marketingové formy znázorněné na obrázku č. 3.



Obr. 3. Typy marketingu ve škole.

Zdroj: Jakubíková (2000, s. 46)

Interní marketing – školení a motivování zaměstnanců školy.

Externí marketing – procesy spojené s přípravou vzdělávacího programu a dalších mimoškolních aktivit (např. sportovních), a následným prodejem.

Interaktivní marketing – styk zaměstnanců se zákazníky školy.

4.2 Marketingová komunikace

Moderní marketing nevyžaduje pouze vytvořit dobrý produkt odpovídající potřebám zákazníka. Firma musí také umět tento produkt zákazníkům představit, tzn. musí se současnými i potencionálními zákazníky umět komunikovat. Podstatou této komunikační politiky je nejen vytvořit vzájemný vztah firmy se zákazníky, ale také zajistit proud informací o produktech či službách k těmto zákazníkům (Jakubíková, 2000).

Škola, jakožto vzdělávací instituce, není výjimkou. Vedení školy by také mělo směřovat k co nejlepší informovanosti svých zákazníků o nabídce a možnostech využití potenciálu školy.

Marketingová komunikace má jednotlivé fáze, které by měly mít na zákazníka školy očekávaný efekt. Tyto fáze jsou popsány např. modelem AIDA.

Awareness – upoutat pozornost;

Interest – vzbudit zájem;

Desire – vyvolat přání;

Action – dosáhnout akce (Světlík, 1996).

Cíle marketingové komunikace jsou rozděleny podle toho, čeho chce škola dosáhnout – informovat, přesvědčit či připomenout.

Informovat zákazníky o aktivitách školy, o nových studijních programech, o novém moderním vybavení, nových projektech.

Přesvědčovat zákazníky o jedinečnosti školy, o výhodách školy vůči konkurenci. Povzbudit potenciální zákazníky k podání přihlášky, nebo současné studenty k přihlášení se na předmět či aktivitu.

Připomínat zákazníkovi existenci školy, nabídku aktivit aj. (Světlík, 1996).

4.2.1 Reklama

„Jakákoliv placená forma neosobního představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zprostředkovávaná zpravidla reklamní agenturou“
(Dědková a Honzáková, 2005, s. 164).

Reklama by byla zcela zbytečná, kdyby každý kupující přesně věděl, co chce, jaký výrobek přesně potřebuje a co od něho může očekávat. Taková situace však nemůže nastat, neboť zákazníci nemají dostatek informací o produktu a nemají ani čas, aby si mohli konkurenční trh zanalyzovat a tak si vytvořit priority při koupi produktu (Strnad a Dědková, 2001).

Reklama je zprostředkovávána pomocí reklamních medií. Některá z těchto médií a jejich výhody a nevýhody jsou zpracovány v následující tabulce.

Tab. 1. *Výhody a nevýhody reklamních médií.*

MÉDIUM	VÝHODY	NEVÝHODY
TELEVIZE	kombinace obrazu, pohybu, tisku, zvuku – apelují na smysly, velký dosah, široké publikum	vysoké náklady, krátká doba působení, rychlé pomíjení, nelze dodat komplexnější informace
ROZHLAS	nízké náklady, možnost selektivního působení, lze rychle připravit	pouze zvuková prezentace, pomíjivé, krátká doba působení
NOVINY	pružnost, dobré pokrytí pro lokální účely, rychlé, zpravidla rychlá odezva, vysoká důvěryhodnost	krátká životnost, reklamní stránky se nečtou, špatná kvalita tisku
ČASOPISY	selektivnost, vysoká kvalita tisku, komplexní informace, delší životnost	žadavat dopředu, dražší, nelze si vybrat umístění
POŠTOVNÍ TISKOVINY	lze se obrátit přímo na cílové skupiny, nízké náklady, dlouhá doba užití	drahé, někdy vyhazováno bez předchozího přečtení, nelze působit selektivně, zpráva musí být krátká
VENKOVNÍ REKLAMA	pružnost, nízké náklady, velký počet opakovaných působení	nemožná volitelnost příjemců, rozptyluje pozornost

Zdroj: Dědková a Honzáková (2005)

4.2.2 Propagace

„Cílem propagace je sdělit správné informace pravým lidem a v pravý čas.“
(Hannagan, 1996, s. 179)

Propagace je soubor metod a prostředků k poskytování informací zákazníkům. V dnešní době se s tímto pojmem setkáváme stále méně, neboť je nahrazován modernějšími názvy, jako je výše zmiňovaná reklama a souvisí také s pojmy osobní prodej, podpora prodeje či vztah s veřejností.

4.2.3 Podpora prodeje

Další významnou složkou marketingové komunikace firmy je podpora prodeje. Tento nástroj firmy využívají tehdy, chtějí-li okamžitě dosáhnout silnější reakce zákazníků na svou nabídku produktů. Tento marketingový tah působí však na zákaznickou poptávku velice krátkodobě.

Dědková a Honzáková (2005) definovaly podporu prodeje jako:

„Činnost nebo materiály, které působí jako krátkodobý stimul pro povzbuzení nákupu nebo prodeje výrobku či služby.“

Podpora prodeje přináší tedy rychlejší prodejní odezvu než reklama, ale nezískává na trzích nové dlouhodobé zákazníky, neboť přitahuje především zákazníky hledající aktuálně výhodné nákupy.

5 INFORMAČNÍ PROSTŘEDKY KTV FP TUL

Jelikož KTV FP TUL zajišťuje veškerou sportovní činnost a tělovýchovnou výuku pro TUL, je jejím sekundárním úkolem také komunikace se studenty. K tomuto účelu využívá KTV následující informační prostředky, které v této kapitole popíše.

- Internetové stránky KTV, ASC a Sportovní laboratoře
- Televizní obrazovky
- Elektronická informační tabule
- Nástěnky na KTV
- Informační plakáty
- Sportovní dny
- Orientační značení sportovišť

5.1 Internetové stránky KTV, ASC a Sportovní laboratoře

V dnešní době je internet jedním z nejpoužívanějších informačních prostředků. V prostředí školy může studentům usnadnit hodně práce v komunikaci s vyučujícími, se zapisováním předmětů a hlavně s vyhledáváním informací týkajících se právě studentů. Takový školní web, by měl být, jako každý jiný, zpracovaný jednoduše, přehledně, měl by obsahovat pravidelně aktualizované informace, aby současní, ale i potenciální studenti okamžitě našli to, co hledají.

V současné době využívá KTV FP TUL ke své komunikaci se studenty TUL následujících webových portálů, viz příloha č. 4. - 6. Prvním jsou internetové stránky samotné KTV, které můžeme nalézt na internetové adrese <http://www.ktv.tul.cz>. Druhým portálem, který má KTV ve své kompetenci, je web ASC, který nalezneme na adrese <http://asc.tul.cz>. Posledním webovým portálem, který spadá pod KTV, je web Sportovní laboratoře na adrese <http://sportovnilaborator.tul.cz>.

Předchozí zmíněné weby prošly v nedávné době jistými změnami. Na nový akademický rok 2009/2010 byly vytvořeny nové webové stránky těchto portálů s novou moderní grafickou úpravou. Změny, které se týkají funkční či obsahové stránky nových webů, nebyly všechny uskutečněny s jejich spuštěním, a tak jsou postupem času doplňovány, aby byly odstraněny všechny nedostatky. Přibyla např. možnost volby přepnutí stránek z českého jazyka do anglického, která by měla být samozřejmostí na webových stránkách všech kateder vysokých škol. Novinkou na webu KTV je na středu stránky zobrazující se výrazný obdélník s výstražným trojúhelníkem, kde je vždy zobrazována nejdůležitější aktualita. Na webu ASC byl zprovozněn tzv. „Týdenní zpravodaj ASC“, kde jsou pravidelně zaznamenávány zprávy ze sportovních akcí, konajících se pod záštitou ASC.

Největším nedostatkem, který se týká komunikace se studenty prostřednictvím webu, shledávám chybějící odkazy na weby KTV a ASC na internetových stránkách jednotlivých fakult TUL. Odkaz na web KTV můžeme nalézt pouze na internetových stránkách Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické, pod níž KTV spadá. Na ostatních fakultách se tento odkaz bohužel nevyskytuje. Místem, kde mohou studenti nalézt odkaz na web ASC, je web TUL, kde je zřízena složka Univerzitní sport. Navrhuji umístění odkazů na web KTV či ASC na internetové stránky ostatních fakult TUL, např. právě do složek pojmenovaných Univerzitní sport.

5.2 Televizní obrazovky

KTV FP TUL využívá ke své propagaci směrem ke studentům několika po budově rozmístěných plochých televizních obrazovek. Jejich rozmístění je systematicky uspořádáno do míst, kde se očekává největší soustředění studentů, kteří budovu KTV navštěvují. Jedna z těchto obrazovek je zavěšena na vrátnici nad schody do prvního patra budovy. Další dvě obrazovky jsou součástí posilovny, která je jedním z nejnavštěvovanějších sportovišť volnočasových aktivit. V případech pořádání sportovních akcí typu Open party, která je každoročně pořádána ASC, je využita další obrazovka v prostorách, kde jsou studentům k dispozici prodejní místa permanentek a občerstvení. Na všech těchto obrazovkách jsou prezentovány sportovní kurzy a hodiny tělesné výchovy, v různých prostorách a s různým zaměřením. Informace jsou

zpracovány ve formě zajímavých prezentací sestavených z fotografií nebo v podobě videí, doprovázeny texty s nimi souvisejícími.

Tyto obrazovky jsou dobrým informačním prostředkem pro studenty, kteří již budovu KTV navštěvují. K ostatním studentům TUL se však tyto prezentace nedostanou. Je to tedy informační prostředek zaměřený pouze, z pohledu množství studentů na TUL, na poměrně úzkou cílovou skupinu studentů již navštěvujících KTV.

5.3 Elektronická informační tabule

Dalším prostředkem, který slouží k informování studentů o akcích konaných na KTV, je digitální informační tabule. Je připevněna na kabinku recepce v budově KTV. Informace jsou prostřednictvím této tabule sdělovány studentům ve formě nápisů zobrazujících se pomocí světelných diod. Jako v předchozím případě informačního prostředku KTV je i tento k dispozici pouze studentům, kteří navštíví budovu katedry.

Jako malý nedostatek se mi jeví umístění této tabule. Je poměrně vysoko a po příchodu na vrátnici KTV není dobře viditelná. Vedení KTV by tedy mělo zvážit jiné umístění informační tabule. Vhodným místem pro její umístění by mohla být například plocha na dveřích při odchodu z budovy, kde by si jí všichni odcházející studenti určitě všimli. Samozřejmostí by měla být pravidelná aktualizace probíhajících informací, např. o možnosti se přihlašovat na zbývající volná místa na hodinách tělesné výchovy a sportovních kurzech nebo informace o blížící se sportovní akci.

5.4 Nástěnky na KTV

Nástěnka je informační deska obvykle zavěšená na zdi. Používání nástěnek je už dlouholetým zvykem v podávání informací a tak není divu, že je nahrazují čím dál lepší technologie zmíněné výše. Na KTV je nástěnek hned několik, jsou rozmístěny převážně na stěnách mezi šatnami pro návštěvníky. Slouží k účelům zveřejňování informací, vyvěšování vzkazů pro studenty a také jako plocha pro připevnění propagačních materiálů ASC a KTV. Na levé straně za vrátnicí jsou nástěnky pro studijní obory spadající pod KTV, kde se vyskytují informace pro studenty jednotlivých ročníků

a fotografie z jejich předešlých sportovních kurzů. Na protilehlé stěně jsou nástěnky s nabídkou volnočasových aktivit, které nabízí ASC pro studenty TUL.

Většina nástěnek je zasklena, což je velkou výhodou, neboť vyvěšené materiály nelze strhat nepověřenou osobou. Jednou z nevýhod je časová a materiální náročnost údržby jejich aktuálnosti. Vyvěšené materiály musí pravidelně někdo měnit za nové, tzn. vytisknout nové materiály, poté je nakopírovat a nakonec je rozvěsit po nástěnkách.

5.5 Informační plakáty

Při konání sportovních akcí pro studenty, využívá KTV k propagaci akce různých plakátů. Ty jsou rozvěšovány převážně po plakátovacích plochách umístěných po budovách harcovských kolejí či budově Menzy, neboť právě zde se denně vyskytuje největší množství studentů. Informační nástěnky s vyvěšenými materiály má KTV na univerzitní budově H. ASC má svoji nástěnku na budově K.

Ne všichni studenti mají možnost ubytování na Harcově, a tak by mělo být samozřejmostí rozvěšení plakátů i po ostatních budovách TUL. Z hlediska manažerské práce je důležitá fáze likvidace akce ihned po jejím ukončení. Tzn., že veškerá zařízení, včetně propagačních plakátů, by měla být odstraněna, což se často nestává.

5.6 Sportovní dny

KTV společně s ASC jsou organizace, které zprostředkovávají veškeré sportovní aktivity týkající se studentů TUL. Právě proto, aby se studentům stále více připomínala důležitost sportu a pohybu v lidském životě, pořádá ASC na půdě KTV každoročně několik sportovních dnů. Dvakrát za rok pořádá ASC akci pojmenovanou Open party, kde mají studenti možnost zakoupit si permanentky na vybrané sportovní aktivity za zvýhodněnou cenu. Dále si studenti mohou vyzkoušet některé ze sportovních činností, které jsou v nabídce ASC, ale také například finskou saunu. To vše zcela zdarma. Již tradiční sportovní akcí, pořádanou studenty druhého ročníku Sportovního managementu, je tzv. Rektorský den. Studenti sportovního managementu připraví na tento den pro ostatní studenty TUL kompletní sportovně-společenský program

od jeho propagace až po jeho realizaci a likvidaci. Je jenom na studentech tohoto oboru, co si pro ostatní připraví. Na samotnou akci Rektorského dne bývá přizvána i regionální televize Genus TV, která vzápětí odvysílá krátký sestřih tohoto studentského sportovního odpoledne na televizi Prima. Obě tyto sportovní akce slouží jako propagace pro KTV a činnost ASC. Jejich společným cílem je přilákat studenty na sportoviště TUL.

5.7 Orientační značení sportovišť

V budově KTV, ale i mimo ni, je hned několik sportovních ploch, které mohou studenti TUL využívat. K orientaci po sportovištích na Harcově slouží informační mapa zavěšená nad vchodem do budovy KTV, viz *příloha č. 3*.

Problémy s orientací mohou nastat jak uvnitř budovy KTV, tak na cestě k harcovskému stadionu, kde se žádné informační tabule či rozcestníky nevyskytují. Navrhují tedy vyvěšení informační tabule do budovy KTV a rozmístění navigačních šipek a rozcestníků po cestě ke stadionu, které by návštěvníkům usnadnily orientaci po sportovním areálu. Podoba návrhu informační tabule a rozcestníků je vyobrazena v přílohách, viz *příloha č. 7*.

Dále, za účelem renovace orientačního značení, navrhují zakoupení nových popisků, které nahradí staré popisky prostor v budově KTV, viz *příloha č. 7*.

Veškerá označení sportovišť a rozcestníků navrhují pro lepší názornost barevně odlišit od označení učeben, šaten a toalet.

6 ANKETNÍ ŠETŘENÍ

Abych zjistil názory studentů na problematiku týkající se informačního systému KTV, byla sestavena anketa, viz *příloha č. 1*. Celkem bylo vytisknuto a do oběhu mezi studenty se dostalo 180 anketních lístků o velikosti A4. Toto anketní šetření obsahovalo 13 otázek týkajících se spokojenosti studentů s informačními prostředky KTV a také doplňující otázky s cílem zjistit, která sportoviště jsou ve volném čase studentů nejvíce využívána. Otázky byly sestaveny tak, aby studenti zaškrtovali pouze zvolené odpovědi z nabídky několika možností, se záměrem zjednodušit vyhodnocení vrácených vyplněných anketních lístků. Součástí ankety byly také osobní údaje respondentů.

6.1 Segment podrobený výzkumu

Za zkoumaný segment byli logicky určeni studenti sportovně aktivní, tedy ti, kteří využívají sportoviště KTV v hodinách tělesné výchovy a také studenti, kteří navštěvují tato sportoviště dobrovolně v době svého volna a využívají tak nabídku sportovních aktivit ASC. Tito studenti mají již na informační systém KTV svůj názor, neboť ho většina z nich často využívá.

6.2 Distribuce a sběr anketních lístků

Hlavním distribučním kanálem byla vedoucí práce Mgr. Klára Pochobradská, která ochotně rozdala 130 vytištěných anketních lístků mezi pedagogy, vyučující na KTV. Ti je průběžně rozdávali na hodinách TV, na kterých vyučují. Dalších 50 anketních lístků bylo rozděleno do posilovny a na hodiny aerobiku.

V případě vyplňování anket na hodinách TV, pod vedením pedagogů z KTV, se díky okamžitému sběru anketních lístků vrátilo všech 130. Ze zbývajících 50 anketních lístků umístěných volně v posilovně a na hodinách aerobiku se vrátilo uspokojivých 20.

6.3 Vyhodnocení anketního šetření

Kompletní vyhodnocení a počítání odpovědí z navrácených 150ti anketních lístků proběhlo manuálně. Co se týká počtu navrácených anket, je to velice uspokojivé číslo, neboť se z anket daných do oběhu vrátilo téměř 85 %.

V této kapitole postupně vyhodnotím otázky z anketního šetření. K znázornění vyhodnocení budou využity tabulky a grafy, a to podle toho, jaký typ znázornění bude k dané otázce lepším ukazatelem hodnot. Souhrnné vyhodnocení otázek lze nalézt v přílohách, viz příloha č. 2.

6.3.1 Vyhodnocení osobních údajů

V úvodní části ankety se vyskytovaly otázky týkající se osobních dat dotazovaných studentů. Znění je následující:

Pohlaví: muž ☐ žena ☐

Fakulta:

Studijní obor:

Ročník:

Jelikož záležitost studijního oboru není směrodatná, vynechal jsem ji v následujícím vyhodnocení.

Ankety vyplnilo 150 studentů, z toho 89 žen a 61 mužů.

Tab. 2. Vyhodnocení osobních údajů – Fakulta.

FAKULTA	n	%
Ekonomická	8	6
Mechatroniky, informatiky a mezioborových studií	11	8
Přírodovědně-humanitní a pedagogická	94	71
Strojní	3	2
Textilní	17	13
celkem	133	100

Z předchozí tabulky je patrné, že prostory KTV nejvíce navštěvují studenti Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické, neboť ze 133 studentů, kteří odpověděli na tuto otázku, jich 94 studuje právě na této fakultě. Vyjádřeno v procentech je to 71% zastoupení. Je to samozřejmě dáno tím, že KTV spadá do působnosti Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické.

Tab. 3. *Vyhodnocení osobních údajů – Ročník.*

1. ročník		2. ročník		3. ročník		4. ročník		5. ročník		celkem	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
27	20	64	48	29	22	8	6	6	4	134	100

V tabulce ročníků vidíme, že 48 % studentů, kteří vyplnili tuto otázku, je z 2. ročníků TUL.

6.3.2 Vyhodnocení konkrétních otázek

V tomto oddílu praktické části vyhodnocení anketních lístků budou znázorněny odpovědi respondentů na konkrétní otázky ankety. Jak bylo již zmíněno, k vyhodnocení se vrátilo 150 anketních lístků. To však neznamená, že u každé otázky je přesně 150 odpovědí, neboť ne všichni respondenti odpověděli na všechny otázky.

- Vyhodnocení otázky č. 1**

Znění:

„Vzpomeňte si na vstup do prvního ročníku na TUL. Dostali jste včas informace o možnostech sportovního vyžití na Katedře tělesné výchovy (dále jen KTV), zakoupení permanentek, možnosti jezdit na kurzy apod.?“

Tab. 4. *Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 1.*

ANO		NE		celkem	
n	%	n	%	n	%
82	55	68	45	150	100

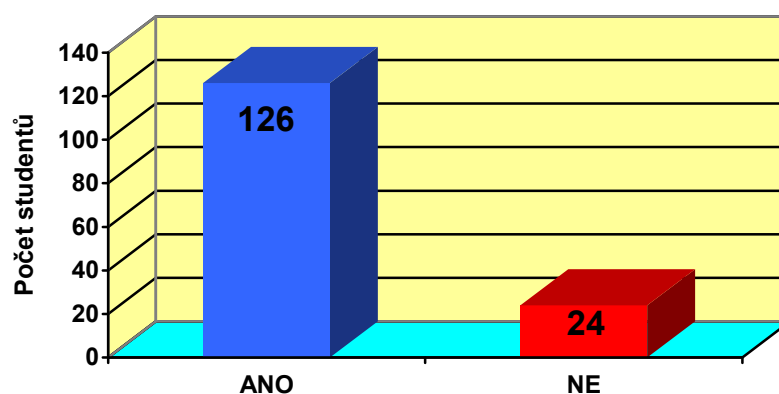
- **Vyhodnocení otázky č. 2**

Znění:

„Uvítali byste, při vstupu do prvního ročníku, příjem všech důležitých informací o možnostech využití KTV na Váš studentský e-mail?“

Názory studentů jsou následující:

Graf 1. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 2.



Z grafu č. 1 je vidět, že naprostá většina studentů by v prvním ročníku velice ráda uvítala zaslání informací o možnosti využití KTV. Ze 150 odpovědí se 84 % přiklonilo k odpovědi ANO.

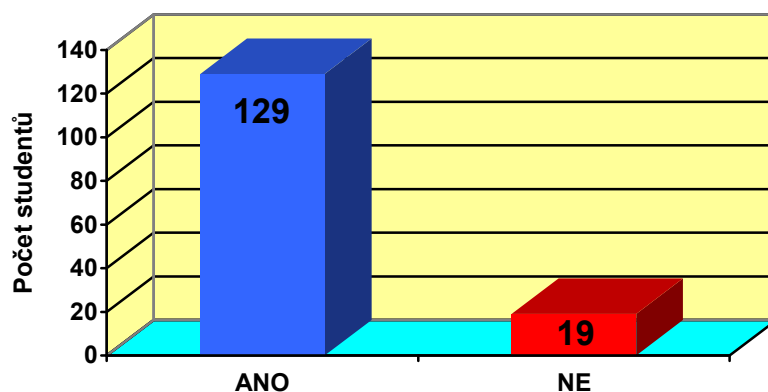
- **Vyhodnocení otázky č. 3**

Otázka č. 3 navázala na předchozí otázku.

Znění:

„Myslíte, že by KTV díky tomu získala více příznivců z řad studentů studujících na ostatních katedrách?“

Graf 2. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 3.



Je vidět, že odpovědi se setkaly s podobným ohlasem jako u předešlé otázky č. 2. U třetí otázky odpovědělo 148 respondentů. Z nich více jak 87 % si myslí, že by KTV získala zasíláním informačního e-mailu 1. ročníkům více příznivců.

- **Vyhodnocení otázky č. 4**

Na čtvrtou otázku odpovědělo velice málo studentů, tudíž nejsou odpovědi směrodatné a vyhodnocení bylo vynecháno.

- **Vyhodnocení otázky č. 5**

Tato otázka se týkala značení sportovních ploch.

Znění:

„Bylo pro Vás při prvních týdnech studia složité nalézt sportoviště kvůli špatnému značení?“

Na tuto otázku odpovědělo všech 150 respondentů, z nichž pouze 36 zvolilo odpověď ANO, tedy že měli problém s nalezením sportoviště. Z odpovědí studentů tedy vyplývá, že 76 % z nich nemělo problém s nalezením sportovišť. Přesto doporučuji umístit v budově KTV orientační ceduli, viz příloha č. 7.

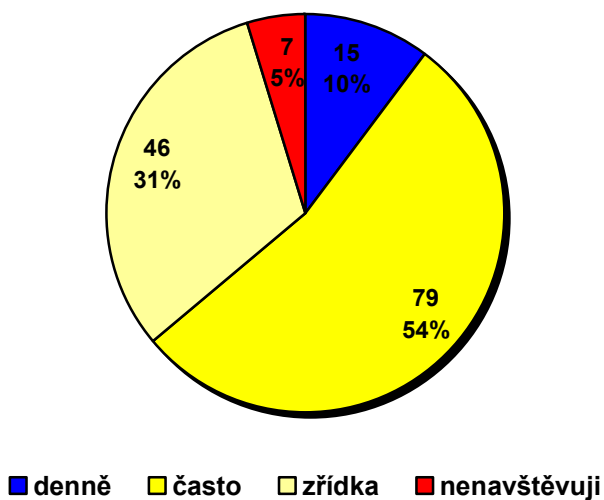
- **Vyhodnocení otázky č. 6 a otázky č. 7**

Obě tyto otázky se týkaly návštěvnosti jednotlivých sportovních aktivit. Ty jsou zprostředkovávány buď formou tělesné výchovy pod vedením pedagogů KTV, nebo jsou v druhém případě aktivitami ASC v rámci volného času studentů.

Znění otázky č. 6:

„Jak často navštěvujete sportovní zařízení KTV?“

Graf 3. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 6.



Jak je vidět z grafu, nejvíce zastoupenými oblastmi jsou výšece pojmenované ČASTO a ZŘÍDKA. Přece jen častější odpovědi studentů bylo, že sportoviště KTV navštěvují často a to v 54 % případů.

Tato otázka obsahovala ještě podotázku, zda studenti navštěvují hodiny tělesné výchovy nebo sportují ve svém volném čase. Bylo možné zvolit i obě odpovědi. Z toho

vyplývalo, že 121 studentů sportuje pod vedením pedagogů KTV v hodinách tělesné výchovy a pouze 42 dotazovaných se sportu věnuje ve svém volném čase.

Znění otázky č. 7:

„Jakých sportovních aktivit pořádaných či podporovaných KTV se účastníte?“

V první části této otázky bylo shledáno, že studentů absolvujících hodiny tělesné výchovy je zhruba dvakrát tolik co studentů jezdících na kurzy.

Následovalo zaškrťování volnočasových sportovních aktivit, které jednotlivý studenti provozují.

Tab. 5. *Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 7.*

AKTIVITA	POČET NÁVŠTĚVNÍKŮ (n)
Posilovna	57
Harcovské ligy	42
Jiné	29
Turnaje	28
Horolezecká stěna	23
Sauna	19
Tenis	19
Spinning	16
Lanové centrum	9

V tabulce jsou seřazeny aktivity od nejvíce po nejméně navštěvované. Samozřejmě v možnostech nebyly vypsány všechny aktivity, které jsou v nabídce ASC. Ty, které v možnostech nejsou, spadají do možnosti JINÉ.

- **Vyhodnocení otázky č. 8**

Osmá otázka ankety byla stěžejní.

Znění: „*Odkud získáváte informace o dění na KTV?*“

Úkolem bylo stanovit využití jednotlivých informačních prostředků KTV. V následující tabulce jsou seřazeny informační prostředky od nejvíce využívaných po nejméně využívané.

Tab. 6. *Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 8.*

INFORMAČNÍ PROSTŘEDEK	POČET VYUŽÍVAJÍCÍCH (n)
Web KTV	115
Jiné (kamarád, vyučující)	81
Nástěnky na KTV	42
Web ASC	35
Plakáty mimo KTV (koleje, budovy TUL)	23
Informační tabule na KTV	16
Prezentační dny ASC	7

Poměrně očekávaně se stal nejvíce využívaným prostředkem pro získávání informací web KTV. Zajímavá je druhá příčka, na které se umístila možnost JINÉ, což znamená, že studenti velice často získávají informace od svých přátel či vyučujících. Zde se vyskytuje hrozba zkreslení či nepřesnost získané informace.

Z tabulky je také jasně vidět, že mnoho studentů nemá dostatečné informace o činnosti ASC. Dokazuje to nejen malé zastoupení studentů využívajících web ASC. Dalším důkazem je vyhodnocení otázky č. 6, kde pouze 42 respondentů zvolilo, že navštěvuje sportoviště ve svém volném čase.

Podotázkou k otázce č. 8 bylo, zda jsou tyto informace včasné a aktuální?

Tab. 7. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení podotázky č. 8.

ANO		NE		celkem	
n	%	n	%	n	%
116	87	17	13	133	100

Vyhodnocení poukazuje na převládající spokojenost respondentů s informacemi.

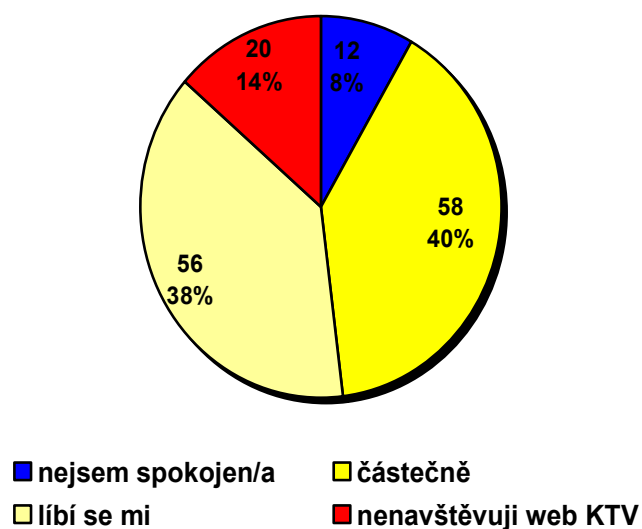
- Vyhodnocení otázky č. 9**

Tato a následující tři otázky se týkají webu KTV.

Znění: „V jaké míře jste spokojeni s webem KTV?“

Studenti měli na výběr z následujících čtyř možností odpovědí: nejsem spokojen/a, částečně, líbí se mi, nenavštěvuji web KTV.

Graf 4. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 9.



Na tuto otázku odpovědělo celkem 146 respondentů. Čtyřiceti procentům z nich se nový web KTV líbí, 38 % zvolilo zlatou střední cestu, tedy odpověď ČÁSTEČNĚ. Pouze osmi procentům se web KTV nelíbí a 14 % web KTV nenavštěvuje. Ti respondenti, kteří web KTV nenavštěvují, byli přímo odkázáni na otázku č. 13.

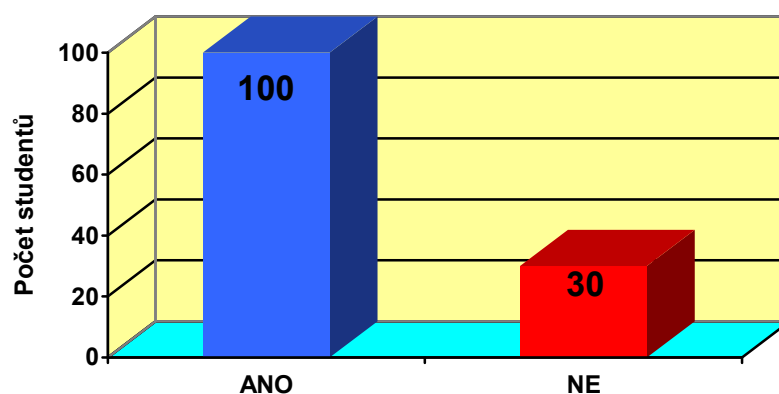
- **Vyhodnocení otázky č. 10 a otázky č. 11**

Otázky s čísly 10 a 11 navazovaly na předchozí otázku. Byly zaměřeny na zpracování webu KTV po stránce grafické a funkční.

Znění otázky č. 10:

„Líbí se Vám grafická stránka webu?“.

Graf 5. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 10.



V grafu vidíme 77% spokojenost respondentů s grafickou stránkou webu KTV.

Znění otázky č. 11: „Jste spokojeni s funkční stránkou webu?“

Tab. 8. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 11.

ANO		NE	
n = 88	68 %	n = 41	32 %
FUNKČNÍ NEDOSTATKY		n	
Přehlednost		29	
Informovanost		17	
Složitost		16	
Jiné		4	

Z tabulky č. 8 je patrné, že pokud nebyli respondenti spokojeni s funkční stránkou webu KTV, tak nejčastějším nedostatkem shledávají přehlednost tohoto webu.

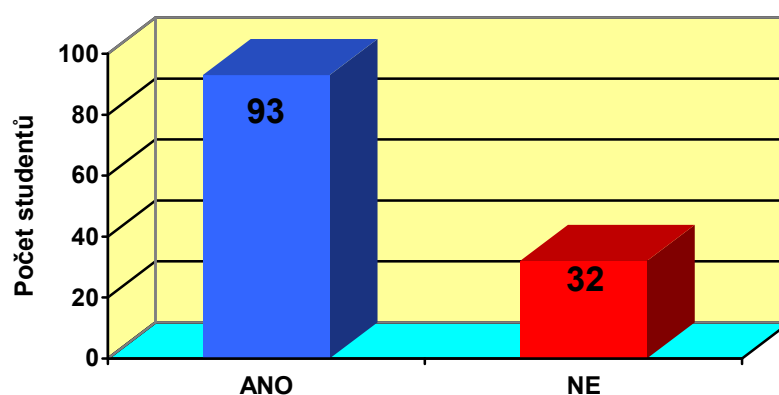
- **Vyhodnocení otázky č. 12**

Dvanáctá otázka byla poslední, ve které studenti volili odpovědi z několika předem stanovených možností.

Znění:

„Vyhovuje Vám systém přihlašování na hodiny TV a sportovní kurzy prostřednictvím webu KTV?“. Na výběr byly možnosti ANO a NE.

Graf 6. Vyhodnocení konkrétních otázek - Vyhodnocení otázky č. 12.



Z celkového počtu 125 odpovědí na dvanáctou otázku bylo 74 % kladných.

- **Vyhodnocení otázky č. 13**

Třináctá otázka je poslední a zároveň jediná s volnou odpovědí. To většinu respondentů odradilo a na otázku jakým způsobem by zlepšili informovanost studentů o aktivitách KTV, neodpověděli. Přesto se našla malá skupinka těch, kteří odpověděli, a jejich návrhy byly velice jednoznačné. Navrhovali převážně zasílání informací na jejich studentské emailové adresy.

7 NÁVRHY PRO ZLEPŠENÍ INFORMAČNÍHO SYSTÉMU KTV FP TUL

V průběhu 5. kapitoly, kde jsem popisoval informační prostředky KTV, popřípadě jejich nedostatky, jsem již pár drobných návrhů pro zlepšení těchto informačních prostředků zmínil. V této kapitole podrobně rozepíši pár konkrétních nápadů, jak lze zlepšit či zjednodušit komunikaci se studenty TUL, kteří mají zájem o sportovní aktivity.

V dnešní době má přístup k internetu téměř každý. Díky němu lze jednoduše zajistit přístupnost informací všem, kterých se týkají. Výhodou je přesné zacílení na vybranou skupinu lidí, v našem případě studentů. Moje nápady, směřující k zjednodušení komunikace se studenty, se tedy týkají především komunikace a poskytování informací prostřednictvím internetu. Výhodou pro KTV FP TUL bude snadná manipulace s informacemi a nízké či nulové materiální náklady. Studenti si jistě oblíbí příjem informací v podobě textu, obrázku či videí z pohodlí svého bydliště.

V následujících řádcích popíši dva níže zmíněné nápady:

- Zasílání uvítacích e-mailů;
- Facebook „KTV FP TUL“.

7.1 Zasílání uvítacích e-mailů

První návrh, vztahující se především k prvotnímu poukázání na existenci KTV a ASC, se týká zasílání informačních e-mailů. Tímto způsobem lze poměrně snadno zajistit v prvopočátcích studia nově příchozích studentů TUL jejich dostatečnou informovanost a podnítit je tak k aktivnímu trávení volného času.

Zprostředkovat tento způsob rozesílání informací pomocí „uvítacích e-mailů“ by nemělo být problémem, neboť TUL spravuje vlastní emailové schránky. Funguje to tak, že každý student získá přijetím na TUL vlastní studentskou emailovou schránku, která je určena právě pro snazší komunikaci pedagogů se studenty. Z vlastní zkušenosti však

vím, že většina studentů komunikuje s pedagogy prostřednictvím studentských emailů pouze na počátku studia. Poté začnou ke komunikaci využívat vlastních emailových schránek, které používají v běžném životě. Studentské emailové schránky se tak stávají poměrně nevyužité, což je škoda. Emailové adresy přidělené studentům TUL mají jednotnou podobu: *jméno.příjmení@tul.cz*. KTV by tedy vždy před zahájením nového školního roku zažádala o poskytnutí těchto emailových schránek na studenty prvních ročníků na příslušném oddělení TUL, které má tuto databázi na starost. Následně by byl nově příchozím studentům zaslán uvítací e-mail, který by je informoval o nabídce sportovních aktivit školních i volnočasových nabízených KTV a ASC. Tento e-mail by měl obsahovat odkazy na webové stránky KTV a ASC, popřípadě mapu Harcova s vyobrazeným sportovním zázemím TUL.

Díky včasnému navázání kontaktů s jednotlivými studenty prvních ročníků by se s nimi dalo tímto způsobem komunikovat i nadále v průběhu studia. Uvítací e-mail by však měl obsahovat otázku, zda chce být dotyčný i nadále informován o novinkách z KTV či akcích pořádaných ASC. Ti ze studentů, kteří by zájem neměli, by byli vymazáni z databáze, aby je emaily z KTV neobtěžovaly.

Nejdůležitější myšlenkou tohoto návrhu však zůstává prvotní a včasná informovanost všech nových studentů z různých fakult TUL. Co se týká přátelské komunikace s milovníky sportu v průběhu studia, je vhodnějším způsobem návrh druhý, následující.

7.2 Facebook „KTV FP TUL“

Jelikož je Liberec městem sportu a koná se zde mnoho významných sportovních akcí, nachází se i mezi studenty TUL velká část sportovně založených příznivců. Nabídněme jim tedy možnost stát se „PŘÁTELI UNIVERZITNÍHO SPORTU“.

Hlavním návrhem k zjednodušení komunikace se studenty se zájmem o sport je tedy vytvoření profilu „KTV FP TUL“ na stránkách celosvětové sociální sítě Facebook, viz *příloha č. 8*. Facebook se v posledních letech rozšířil převážně mezi mladými lidmi neuvěřitelným tempem. Slouží ke sdělování nejrůznějších informací lidem, které si daný jedinec přidá do svého seznamu přátel. KTV v dnešní době již profil na facebooku má. Ten však slouží pouze k účelům komunikace mezi pedagogy a odbornými asistenty KTV. Nově založený profil „KTV FP TUL“ by sloužil pro široké účely komunikace se studenty TUL se společným mottem „přátelé univerzitního sportu“.

V první fázi existence tohoto profilu na facebooku bude důležité informovat studenty o jeho založení. Toho lze dosáhnout například umístěním upozornění o založení tohoto profilu na internetové stránky KTV, s uvedením uživatelským jménem, nebo přímo s odkazem na facebook „KTV FP TUL“. Toho by si samozřejmě všimli pouze studenti, kteří web KTV navštěvují. Proto by měla být součástí výše zmíněného návrhu „zasílání uvítacího e-mailu“ možnost stát se přítelem KTV. Další expanze mezi studenty by proběhla automaticky díky těm, kteří by již profil „KTV FP TUL“ měli v přátelích, a tím by se rozšiřoval dále mezi ostatní jejich přátele.

Mezi hlavní výhody takto fungujícího profilu bude patřit jednoduchost a také získání zpětné vazby od studentů, kteří budou v přátelích a tak budou moci na tzv. „zed“ vkládat svoje příspěvky či reagovat na jiné. Profil na facebooku sčítá četné možnosti využití. Mohou zde být umístěny fotografie rozděleny do různých alb a také je možné vkládat videa, např. ze sportovních kurzů apod. Výhodou je, že tyto fotografie či videa nemusejí být vloženy pouze správcem daného profilu, ale také ostatními přáteli „KTV FP TUL“. Do složky události je možné vkládat informace o blížících se sportovních akcích či jiných aktivitách. V tomto případě se také nabízí možnost hromadně přátelům rozesílat pozvánky na tyto akce.

Hlavním cílem založení profilu na facebooku s názvem „KTV FP TUL“ je vytvoření sociální skupiny, která má zájem o sport a vše kolem něj, a zjednodušit tím komunikaci se členy této skupiny.

8 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat a poté zhodnotit současný stav informačního systému Katedry tělesné výchovy v Liberci. Na základě získaných poznatků vytvořit realizovatelné návrhy směřující ke zlepšení a zjednodušení komunikace se studenty Technické univerzity v Liberci.

Téma jsem si zvolil proto, že příjem včasných a důležitých informací považuji za velice podstatnou složku nejen studia na vysoké škole, ale i v běžné komunikaci mezi lidmi nebo v pracovním poměru. O to víc se tato problematika týká nás budoucích manažerů.

První část bakalářské práce byla vypracována s využitím teoretických poznatků z odborné literatury týkající se marketingu a komunikace, a z internetových stránek samotné Katedry tělesné výchovy a Akademického sportovního centra. Druhá část práce byla věnována analýze a zhodnocení informačních prostředků KTV, vyhodnocení anketního šetření, a návrhům pro zefektivnění komunikace se studenty.

Při analýze informačních prostředků se mi jako největší nedostatek jevila absence odkazů na internetové stránky Katedry tělesné výchovy na většině fakult Technické univerzity v Liberci, která může mít za vinu neinformovanost studentů těchto fakult. Vyhodnocením anket nebyla potvrzena domněnka týkající se nedostatečné komunikace Katedry tělesné výchovy směrem ke studentům TUL, a to nejspíš proto, že anketnímu šetření byli cíleně podrobeni studenti, kteří KTV navštěvují. Tento segment respondentů byl záměrně zvolen proto, aby výsledky byly co nejrelevantnější a nejvíce napovídající o současném stavu informačních prostředků Katedry tělesné výchovy, neboť právě tito studenti mají o informačním systému KTV přehled. Na konci bakalářské práce jsem uvedl dva návrhy pro zefektivnění komunikace se studenty. První se týkal zasílání uvítacích informačních emailů vždy na začátku nového akademického roku, s cílem informovat nové studenty a stávajícím studentům připomenout existenci Katedry tělesné výchovy a Akademického sportovního centra. Tento návrh by uvítala, jak vyplynulo z anketního šetření, naprostá většina respondentů. Jako druhý návrh jsem

uvedl vytvoření profilu „KTV FP TUL“ na webových stránkách facebooku za účelem snazší komunikace se sportovně zaměřenými studenty.

Závěrem této práce bych rád konstatoval, že cíle, které jsem si na počátku stanovil, se podařilo ve vymezeném rozsahu naplnit. Zároveň s tím doufám, že výsledky práce budou vzaty v úvahu, a přispějí tak ke zlepšení informovanosti studentů, kteří využívají anebo by chtěli využívat sportovní zázemí Technické univerzity v Liberci.

9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BLACK, S. *Nejúčinnější propagace – Public relations*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1994. 208s. ISBN 80-7169-106-2.
- [2] ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0050-1.
- [3] DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I. *Základy marketingu*. 1.vyd. Liberec: Technická univerzita, 2005. 202s. ISBN 80-7083-908-2.
- [4] HANNAGAN, T. J. *Marketing pro neziskový sektor*. 1.vyd. Praha: Management press, 1996. 208s. ISBN 80-85943-07-7.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing školy*. 1.vyd. Liberec: Technická univerzita, 2001. 54s. ISBN 80-7083-460-9.
- [6] KRAUS, B. *Základy sociální pedagogiky*. 1.vyd. Praha: Portál, 2008. 216 s. ISBN 978-80-7367-383-3.
- [7] STRNAD, P., DĚDKOVÁ, J. *Strategický marketing*. 1.vyd. Liberec: TU Liberec, 2001. 129 s. ISBN 80-7083-476-5.
- [8] SVĚTLÍK, J. *Marketing školy*. 1.vyd. Zlín: Ekka, 1996. 384s. ISBN 80-902200-8-8.
- [9] ZAHRÁDKOVÁ, E. *Teambuilding : cesta k efektivní spolupráci*. 1.vyd. Praha: Portál, 2005. 173 s. ISBN 80-7367-042-9.

Internetové zdroje :

- [10] Akademické sportovní centrum. *Představení ASC* [online]. 2009 [cit. 2010-02-13]. Sportovní centrum při TUL. Dostupné z WWW: <<http://asc.tul.cz/>>.
- [11] Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická. *Studijní programy* [online]. 2009 [cit. 2010-04-08]. Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická, Technická univerzita v Liberci. Dostupné z WWW: <<http://www.fp.tul.cz/cs/uchazec/studium>>.
- [12] Katedra tělesné výchovy. *Představení katedry* [online]. 2009a. [cit. 2010-02-11]. Katedra tělesné výchovy, FP, Technická univerzita v Liberci. Dostupné z WWW: <<http://www.ktv.tul.cz/>>.
- [13] Katedra tělesné výchovy. *Historie KTV* [online]. 2009b. [cit. 2010-02-11]. Katedra tělesné výchovy, FP, Technická univerzita v Liberci. Dostupné z WWW: <<http://www.ktv.tul.cz/>>.
- [14] Zpráva In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 2005, 2010a. [cit. 2010-02-16]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Zpráva>>.
- [15] Informace In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 2007, 2010b. [cit. 2010-02-16]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Informace>>.

10 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Znění ankety

Příloha č. 2: Shrnutí výsledků ankety

Příloha č. 3: Mapa Harcova

Příloha č. 4: Web KTV – úvodní stránka

Příloha č. 5: Web ASC – úvodní stránka

Příloha č. 6: Web Laboratoře sportovní motoriky – úvodní stránka

Příloha č. 7: Orientační značení

Příloha č. 8: Web Facebook – úvodní stránka

Příloha č. 1: Znění ankety

Anketa:

Pohlaví: muž ☐ žena ☐

Fakulta:

Studijní obor:

Ročník:

1) Vzpomeňte si na vstup do prvního ročníku na TUL. Dostali jste včas informace o možnostech sportovního využití na Katedře tělesné výchovy (dále jen KTV), zakoupení permanentek, možnosti jezdit na kurzy apod.?

ANO ☐

NE ☐

2) Uvítali byste, při vstupu do prvního ročníku, příjem všech důležitých informací o možnostech využití KTV na Váš studentský e-mail?

ANO ☐

NE ☐

3) Myslíte, že by KTV díky tomu získala více příznivců z řad studentů studujících na ostatních katedrách?

ANO ☐

NE ☐

4) Tato otázka se týká pouze prvních ročníků (2009/2010)! Letos poprvé byl na KTV pořádán pro studenty jakýsi uvítací kurz. Byli jste s ním spokojeni?

ANO ☐

Pokud ANO : V čem vidíte hlavní přínos tohoto kurzu?

NE ☐

Pokud NE : Co se Vám nelíbilo?

5) Bylo pro Vás při prvních týdnech studia složité nalézt sportoviště kvůli špatnému značení?

ANO ☐

NE ☐

6) Jak často navštěvujete sportovní zařízení KTV? (vyberte jednu variantu)

denně ☐

často ☐

zřídka ☐

nenavštěvuji ☐

(pokud nenavštěvujete, neodpovídáte na otázku číslo 7.)

Dle pravidelnosti: (tze vybrat i obě odpovědi)

pravidelně (hodiny TV) ☐

nárazově (v osobním volnu) ☐

7) Jakých sportovních aktivit pořádaných či podporovaných KTV se účastníte? (vyberte všechny činnosti, kterých se účastníte)

a) pod vedením vyučujících :

☐ sportovní kurzy

☐ hodiny TV

b) dobrovolná činnost :

☐ posilovna

☐

sauna

☐

horolezecká stěna

☐ lanové centrum

☐

tenisové kurty

☐

harcovské ligy

☐ spinning

☐

tumaje

☐

jiné

8) Odkud získáváte informace o dění na KTV?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> web KTV | <input type="checkbox"/> web ASC (akademické sportovní centrum) |
| <input type="checkbox"/> nástěnky na KTV | <input type="checkbox"/> plakáty mimo KTV (koleje, budovy TUL) |
| <input type="checkbox"/> informační tabule na KTV | <input type="checkbox"/> prezentační dny ASC |
| <input type="checkbox"/> jiné (kamarád, vyučující) | |

Jsou tyto informace aktuální?

ANO ☐ NE ☐

9) V jaké míře jste spokojeni s webem KTV?

- ☐ nejsem spokojen/a ☐ částečně ☐ líbí se mi ☐ nenavštěvuji web KTV

(pokud nenavštěvujete web KTV, neodpovídáte na otázky 10, 11, 12)

10) Líbí se Vám grafická stránka webu?

ANO ☐ NE ☐

11) Jste spokojeni s funkční stránkou webu?

ANO ☐ NE ☐

Pokud NE zaškrtněte prosím nedostatek :

- ☐ přehlednost
☐ informovanost
☐ složitost
☐ jiné

Pokud víte o jiném nedostatku, popište ho prosím několika slovy :

12) Vyhovuje Vám systém přihlašování na hodiny TV a sportovní kurzy prostřednictvím webu KTV?

ANO ☐ NE ☐

Pokud NE, proč?

13) Jakým způsobem byste zlepšili informovanost studentů o aktivitách KTV? (volná odpověď)

Zdroj: vlastní

Příloha č. 2: Shrnutí výsledků ankety

Vytisknuto bylo 180 anketních lístků.				Navrátilo se 150 anketních lístků.		
Pohlaví	Žena: 89			Muž: 61		
Fakulta	FT : 17	FM : 11	EF : 8	FP : 94	FS : 3	Σ 133
Ročník	1. 27	2. 64	3. 29	4. 8	5. 6	Σ 134
Jednotlivé otázky ankety						
1.	ano: 82		ne: 68			Σ 150
2.	ano: 126		ne: 24			Σ 150
3.	ano: 129		ne: 19			Σ 148
4.	ano: 1		ne: 10			Σ 11
5.	ano: 36		ne: 114			Σ 150
6.a	denně: 15	často: 79	zřídka: 46	nenavštěvuji: 7		Σ 147
6.b	pravidelně (hodiny TV): 121		nárazově (v osobním volnu): 42			
7.a	sportovní kurzy: 74		hodiny TV: 135			
7.b	posilovna: 57		sauna: 19		horolezecká stěna: 23	
	lanové centrum: 9		tenisové kurty: 19		harcovské ligy: 42	
	spinning: 16		turnaje: 28		jiné: 29	
8.a	web KTV: 115		web ASC: 35		nástěnky na KTV: 42	
	plakáty mimo KTV: 23		informační tabule: 16			
	prezentační dny ASC: 7		jiné: 81			
8.b	ano: 116		ne: 17			Σ 133
9.	nespokojen/a:12	částečně: 56	líbí se mi: 58	nenavštěvuji: 20		Σ 146
10.	ano: 100		ne: 30			Σ 130
11.a	ano: 88		ne: 41			Σ 129
11.b	přehlednost: 29	informovanost: 17	složitost: 16	jiné: 4		
12.	ano: 93		ne: 32			Σ 125

Zdroj: vlastní

Příloha č. 3: Mapa Harcova



Zdroj:

Katedra tělesné výchovy. *Základní informace* [online]. 2009 [cit. 2010-03-26]. Katedra tělesné výchovy, FP, TUL. Dostupné z WWW:

<http://www.ktv.tul.cz/clanek_katedra.php?c=mapa_harcova>.

Příloha č. 4: Web KTV – úvodní stránka

KTV Technická univerzita v Liberci

Katedra tělesné výchovy
Fakulta přírodovědně - humanitní a pedagogická

Kalendář akcí

KATEDRA STUDIUM PRO UCHAZEČE VEŘEJNOST

Vítejte na stránkách Katedry tělesné výchovy
Fakulty přírodovědně - humanitní a pedagogické,
Technické univerzity v Liberci.

Den otevřených dveří Fakulty přírodovědně-humanitní a pedagogické.
15.-16.4.2010
Prostory Katedry tělesné výchovy.
Autogramiáda Tomáše Krause, Nikoly Sudové a Šárky Sudové.

AKTUALITY

25.3.2010
PŘEDMĚT DGY
Upozornění pro studentky přihlášené na předmět DGY: Výuka proběhne v pátečních ...»

15.3.2010
TRÉNOVÁNÍ GYMNASTIKY
Možnost volného trénování gymnastiky pro studenty: úterý 18.30-19.30 a neděle ...»

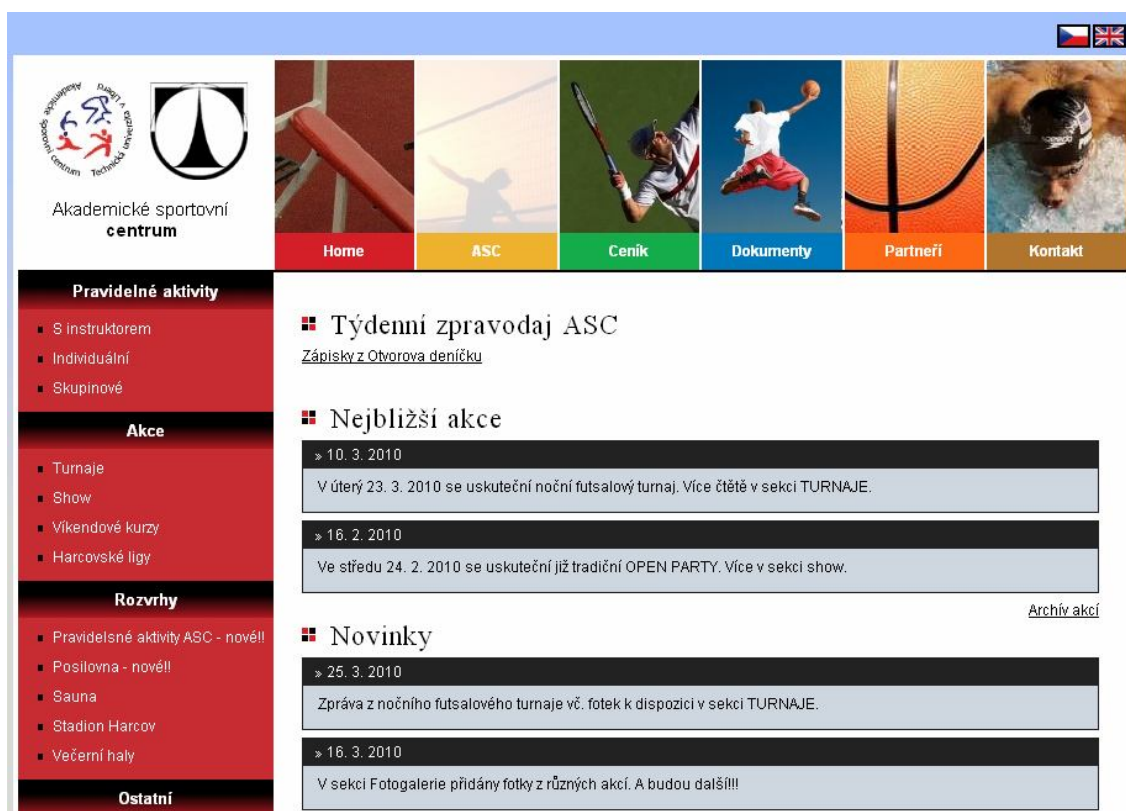
9.3.2010
TERMÍNY PÍSEMEK FYZ A FS1
Termíny písemek z fyziologie najdete v sekci "Katedra - Členové katedry - Mgr. ...»

Katedra tělesné výchovy (dále KTV) existuje v Liberci od roku 1953, kdy zde byla založena vysoká škola. Původně jako součást Vysoké školy strojní, později Vysoké školy strojní a textilní (VŠST), zajišťovala povinnou všeobecnou tělesnou výchovu a letní i zimní kurzy pro studenty obou fakult. Po roce 1989 postupně vznikly fakulty pedagogická, mechatroniky, hospodářská a následně fakulta umění a architektury a VŠST se transformovala na Technickou univerzitu. KTV prošla proměnou - z rektorátního útvaru katedry zajišťující pouze všeobecnou tělesnou výchovu se změnila na oborovou katedru Fakulty pedagogické (FP) s tím, že i nadále zajišťuje všeobecnou tělesnou výchovu pro nespecialisty na FP i pro studenty dalších fakult. Počet pracovníků KTV se podle potřeb zvyšoval, v současné době má katedra 19 pedagogů a spolupracuje i s externími lektory a odborníky.

Zdroj:

Katedra tělesné výchovy. *Úvodní stránka* [online]. 2009 [cit. 2010-03-26]. Katedra tělesné výchovy, FP, TUL. Dostupné z WWW: <<http://www.ktv.tul.cz/index.php>>.

Příloha č. 5: Web ASC – úvodní stránka




Zdroj:

Akademické sportovní centrum. *Úvodní stránka* [online]. 2009 [cit. 2010-03-26].


Sportovní centrum při TUL. Dostupné z WWW: <<http://asc.tul.cz/>>.

Příloha č. 6: Web Laboratoře sportovní motoriky – úvodní stránka

Laboratoř sportovní motoriky



Technická univerzita
v Liberci



- Objednávky
- Funkční diagnostika
- Biomechanika
- Personální obsazení

**POZOR: NOVÉ TELEFONNÍ ČÍSLO
PRO REZERVACE – 732 765 015**


Kontakt:
Adresa: Dubový vrch 714
460 15 Liberec

rezervace vyšetření: 732 765 015
laboratoř: 485 355 155
e-mail: laborator.ktv@tul.cz
fax: 485 355 120

» mapa «

Laboratoř sportovní motoriky

Laboratoř sportovní motoriky KTV FP TU v Liberci představuje výzkumné a diagnostické pracoviště v oblasti pohybových a sportovních aktivit dětské a dospělé populace. V tomto materiálu je uvedena základní nabídka služeb poskytovaných veřejnosti v odděleních funkční diagnostiky a biomechaniky.



Zdroj:

Laboratoř sportovní motoriky. *Hlavní strana* [online]. 2009 [cit. 2010-04-12]. Laboratoř sportovní motoriky, TUL. Dostupné z WWW: <<http://sportovnilaborator.tul.cz/>>.

Příloha č. 7: Orientační značení

P. 7 / a: Informační tabule v budově KTV – návrh.

 Katedra tělesné výchovy Technická univerzita v Liberci	
1.p	HORNÍ TĚLOCVIČNA / KANCELÁŘE / UČEBNY
0.p	BODY & MIND / SAUNA / VRÁTNICE
P	DOLNÍ TĚLOCVIČNA / HOROLEZECKÁ STĚNA POSILOVNA / ZRCADLOVÝ SÁL

P. 7 / b: Ukazatel, rozcestník – návrh.



P. 7 / c: Informační popisky – návrh.




Zdroj: vlastní

Příloha č. 8: Web Facebook – úvodní stránka

facebook

☐ Zůstat přihlášen(a) [Zapomněli jste své heslo?](#)

Díky Facebooku můžete navázat kontakty s lidmi a sdílet s nimi své zážitky.



Přihlášení

Je to zdarma a přidat se může každý.

Křestní jméno:

Příjmení:

Váš e-mail:

Nové heslo:

Jsem:

Datum narození: Den: Měsíc: Ročník:

Proč to musím uvést?

Vytvořit stránku pro celebrity, kapelu nebo firmu.

Zdroj:

Facebook. *Vítej na Facebooku* [online]. 2010 [cit. 2010-04-13]. Facebook. Dostupné z WWW: <http://www.facebook.com/?_fb_noscript=1>.